

为农业强国建设贡献农业高校力量

【核心提示】 教育、科技、人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑,也是新征程上加快建设农业强国的关键要素。农业高校要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,大力培养建设农业强国所需要的高素质人才,以强农兴农为己任,积极为农业强国建设贡献自身力量。

□张庆亮

全力做好人才培养。人才是最宝贵的资源,是加快建设农业强国的基础性、战略性支撑。农业高校要发挥自身特色,大力培养建设农业强国所需要的高素质人才。一是厚植学生的“三农”情怀。聚焦培养知农爱农新型人才,将强农兴农责任担当融入思想道德、文化知识、社会实践教育各个环节,贯穿于学科体系、教学体系、管理体系建设中,教育引导青年学生立志为农业现代化贡献力量。二是优化培养体系。根据加快建设农业强国的重大需求,大力推进农林类紧缺专业人才培养;主动对接乡

村振兴战略的现实需求,优化学科专业结构,推进学科交叉融合;深入推进卓越农林人才教育培养,聚焦创新发展、一二三产业融合发展等新要求,分类构建和完善创新型、复合型、应用型涉农人才培养体系。三是创新培养模式。以能力建设为突破口,强化实践能力培养与锻炼,切实提高农林专业人才培养质量;强化专业、就业、创业、产业“四业融通”,注重招生、培养、就业一体联动,深化校地合作,着力提高人才培养与农业农村现代化发展的契合度。

大力推进科技创新。建设农业强国,利器在科技。农业高校要推进有组织的科研,在

生物育种、装备研发、绿色农业、智慧农业等方面推进关键技术攻关,争当农业科技创新先锋队、主力军。一是构建高质量创新体系。紧密对接国家重大战略需求和现代农业发展需求,构建多学科交叉融合、多技术协同耦合、多领域有效整合的科技创新支撑体系。二是打造高能级支撑平台。紧盯世界农业科技前沿,以重大需求为导向,依托各类科技创新平台、研发基地,推动优质资源共享、优势学科互补,提升农业科技创新规模化、集约化、专业化水平。三是完善高效能体制机制。坚持把实验做在田野里、论文写在祖国大地上,以解决农业科技

领域瓶颈问题的能力为标准,优化科研人员评价激励制度;健全技术等生产要素参与分配的机制,主动靠前为科研人员排忧解难、松绑减负、加油鼓劲,激发科研人员参与农业科技创新的积极性、主动性。

有效提升服务能力。我国高等教育发展方向要同我国发展的现实目标和未来方向紧密联系在一起,为人民服务,为中国共产党治国理政服务,为巩固和发展中国特色社会主义制度服务,为改革开放和社会主义现代化建设服务。农业高校要进一步发挥教育、科技、智力等优势,有效提升服务能力。一方面,要让强农人才扎根乡村。聚焦新型农业经营主

体带头人等群体,重点办好相关培训班,全面提升农民素质素养,培育好发展引路人、产业带头人、政策明白人,培养造就一批学以致用、用以促学、学用相长的人才队伍。另一方面,要让兴农科技遍布田野。强化藏粮于地、藏粮于技,培育良田、选育良种、研发良机、推广良法,推动良种良法配套、农机农艺结合,保障粮食和重要农产品稳定安全供给;因地制宜、因势利导做大做强“土特产”文章,让农民用最好的技术种出最优质的粮食、生产高品质高附加值的产品。

(来源:《人民日报》)

观察与思考

充分挖掘释放农村消费潜力

□陈丽芬

随着城乡融合发展和乡村全面振兴加速推进,城市基础设施向农村延伸、公共服务向农村覆盖、资源要素向农村流动,城乡居民消费互动逐步深化。农村呈现出与城市趋同的消费升级态势,农村消费市场也获得了产业转移催生的新消费空间以及城市居民入乡消费带来的增量。应对当前有效需求不足、部分行业产能过剩的挑战,需更好顺应城乡居民消费结构趋同的趋势,加快挖掘、释放农村消费的空间和潜力。

开拓农村消费市场是扩大内需的重要一环。近年来,农村消费市场表现出更为显著的提质扩容潜力。从消费升级趋势看,农村与城市形成梯次消费升级的格局。部分农村地区耐用消费品还未饱和,农村消费升级带来的需求空间很大。从产业发展态势看,产业布局调整推动形成新的消费力量。许多行业在发展成本更低的县域市场布局,特别是数字技术的广泛应用和渗透加速了产业转移趋势,吸引更多人才返乡入乡创业就业,同时带动消费,在客观上扩大了农村消费市场的规模,形成新的消费力量,亦对农村居民产生了示范带动作用,县域以及乡村的休闲娱乐消费需求持续增加,城市消费方式加速在乡村复制。从城乡融合角度看,农村日益成为城乡居民融合互动的消费场所。

乡村旅游成为全国文旅市场新热点,越来越多的消费者选择“反向旅游”“体验式旅游”,乡村休闲旅游等新业态加快发展,给农村带来可观的消费增量。

虽然整体态势有利于农村消费市场快速发展,但还有一些现实瓶颈制约有待化解。农村消费商品、服务、场景供给不足,难以满足本地居民消费和城市居民入乡消费的需求。农村市场呈现出少、小、散的特点,部分商品配送、安装等售后服务缺位,影响农村居民的消费意愿。新型文旅体验消费产品缺乏,配套不健全,特色不明显,服务设施和水平与入乡消费者要求尚有差距。农村消费基础设施还不健全,未完全实现内通外联。物流信息平台缺乏,网点信息化程度较低,县域的冷链、配送中心等流通设施建设存在短板,从城市到农村的流通还不够顺畅。城乡数字鸿沟制约农村数字消费发展,在提升农村人口数字素养与技能方面尚需持续发力。此外,农村居民消费能力不足,消费政策支持力度有待加强,金融机构在发展农村消费信贷方面缺乏积极性,农村居民提高消费能力的渠道较为有限。

激活农村内需、畅通城乡经济循环是一项系统工程,需多方协同发力,为农村消费市场提质扩容提供坚实支撑。

一是丰富农村消费供给,重点完善县域消费网络。建设

以县城为中心、以城带乡的消费网络,加大对县城公共基础设施建设、商业街区改造等的投资,强化县城商业综合服务能力、对农村的辐射带动能力。提高餐饮、文化娱乐、休闲康养等消费场所的质量,打造县域新型文旅商业消费聚集区。完善农村电子商务和县乡村三级快递物流配送体系,加快提升电商、快递进农村综合水平,推动电商平台和企业丰富面向农村的产品和服务供给。

二是促进农村消费升级,加大补贴支持力度。针对农村地区汽车、家电仍有增量空间的情况,可考虑将推动消费品以旧换新与新能源汽车下乡、智能家电下乡等优惠政策协同实施,强化政策效果。开展绿色产品下乡,有条件的地方可加大对农村地区绿色建材、家居消费的补贴支持力度。加快完善加油、充电、维修等配套体系建设,鼓励企业针对农村地区开发制造更多经济实惠、适销对路的产品。

三是充分激活农村数字消费,着力提高农村居民数字素养。推进农村地区数字消费基础设施建设,丰富第五代移动通信(5G)网络和千兆光网应用场景。支持农村地区发展电子商务、直播经济、在线文娱等,帮助农村居民尽快适应、习惯数字消费方式。在建设数字化平台过程中需考虑其在农村的适用性,简化使用流程,降低操作难度。加强培训,提高农村

居民数字技能水平。

四是加大金融支持力度,鼓励企业布局农村消费市场。引导金融机构按市场化方式,加大对住宿餐饮、文化旅游、体育健康等行业的综合金融支持力度。具体来看,需支持金融机构创新汽车金融产品和服务,加大对汽车保养、保险、维修、美容以及二手车交易的消费金融服务支持力度,加大对农村绿色智能产品和家装消费等新型和大宗消费的信贷支持。鼓励金融机构加大对入乡的商贸、文化、旅游等行业经营主体的支持力度,开发适农金融产品,加强消费信贷用途和流向监管,推动合理增加消费信贷,完善农村社会信用体系,促进农村居民消费提质扩容。

充分挖掘和释放农村消费潜力,既需下大功夫改善农村消费环境,又需千方百计增加农村居民收入。可从强化对农村居民的职业培训和创业支持入手,结合当地产业特色,分层、分类精准识别农村居民培训需求,加强直播销售、快递物流等行业的相关技能培训,使培训补贴直达企业和培训者。可考虑对农民工返乡创业给予税收减免、贷款支持、创业补贴等政策优惠,设立返乡农民工创业专项帮扶资金,成立创业指导咨询小组,为创业者提供个性化和专业化服务,提高创业成功率,从根本上将农村消费市场做大做强。

(来源:《经济日报》)

各抒己见

科技成果“先尝后买”

□汪曼莉

科技成果转化是科技创新的基础活动之一,也是创新链与产业链相结合的重要环节。

近年来,各级政府通过制定相关政策、提供资金支持、搭建平台等方式,积极推动科技成果转化,取得了明显成效,科技成果转化活动日益活跃,市场交易规模不断扩大。但是,科技成果走的“路”并不是畅通无阻的。

实行科技成果“先尝后买”,能在一定程度上清除“路障”。就企业一方来说,一旦试用后觉得适用,能大大降低资金投入风险和试错成本,促使企业更加积极主动地对接应用科技成果,提高自身在市场中的竞争力;就科研人员一方来说,会倒逼他们紧跟市场需求去开展研发活动、进行技术创新,使更多科技成果成功转化。两者之间的共赢,也必将推动实现科技成果转化应用和产业发展的良性循环。

党的二十届三中全会提出,鼓励和引导高校、科研院所按照先使用后付费方式把科技成果许可给中小微企业使用。改革创新永无止境。推动更多创新之花结出产业之果,让科技研发的“好果子”尽早“上市”见效益,还需要持续探索,坚持问题导向,打通转化梗阻,营造成果转化的良好环境;还需要更多创新理念和改革举措,让更多科技成果遍地开花,形成经济社会发展的持久动力。

(来源:《陕西日报》)